

Pribadi, Pratiwi dan Brotowidagdo

MOTIF AFILIASI PENGGUNA AKTIF FACEBOOK

Agung Santoso Pribadi^{1*)}, Margaretha Maria Shinta Pratiwi²⁾ dan Roestamadji Brotowidagdo³⁾

¹⁾²⁾³⁾ Fakultas Psikologi Universitas Semarang

^{*)} E-mail : agoenk.santoso84@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui motif afiliasi yang membuat remaja aktif membuka akun *facebook*. Subjek penelitian ini berjumlah 181 remaja. Data penelitian dikumpulkan dengan menggunakan angket motif afiliasi pengguna *facebook*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa remaja memiliki dan menggunakan akun *facebook* dengan motif afiliasi terbesar adalah untuk berteman dan mencari informasi yang digunakan untuk semakin memperluas jaringan pertemanannya, sedangkan motif afiliasi terkecil adalah untuk mendapatkan perhatian orang lain. Selain itu ada motif-motif afiliasi lainnya yang muncul berkaitan dengan intensitas hubungan yang lebih kuat seperti motif mempertahankan hubungan antar individu, empati yang simpatik diwujudkan dalam sikap bersahabat, memiliki keinginan baik, dan membina hubungan yang penuh kepercayaan.

Kata kunci : *motif afiliasi, pengguna facebook*

AFFILIATION MOTIVE OF THE ACTIVE FACEBOOK USER

Abstract

The purpose of this study was to know the affiliation motive that makes adolescent using his facebook account intensively. Research subjects were 181 adolescents. Data were collected using facebook user's affiliation motive questionnaire and analysed by descriptive analysis. Result of study showed that the biggest affiliation motive of facebook users is to make friend and searching for information to expand his friendship network; while the least affiliation motive is to get other people's attention. Moreover, there are other affiliation motives related to stronger relationship intensity, such as motive of retaining interpersonal relationships, kindly empathy shown in friendly attitude, having good will, and maintaining trustfully relationship.

Keywords: affiliation motive, facebook user

Pendahuluan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat sekarang ini pada berbagai bidang yang dibutuhkan oleh banyak orang dan kemajuan ilmu telah membawa umat manusia pada kemudahan dan kepraktisan hidup yang tidak terbayangkan. Hidup manusia menjadi lebih ringan (Suler, 1996) pada awalnya internet merupakan jaringan komputer yang dibentuk oleh Departemen pertahanan Amerika Serikat pada tahun 1969. Tujuan awal dibangunnya proyek ini adalah untuk keperluan militer Amerika Serikat dengan cara membuat jaringan sistem komputer yang tersebar dengan menghubungkan komputer di daerah-daerah vital. Sekarang internet berfungsi sebagai jaringan global untuk komunikasi dari satu lokasi ke lokasi lainnya di

belahan dunia. Internet juga berfungsi sebagai aspek penyedia informasi yang tidak ada batasan-batasan di dalamnya sehingga informasi apapun dapat diperoleh secara bebas. Penggunaan internet sebagai media komunikasi tidak lepas dari motif seseorang untuk menggunakan fasilitas tersebut. Motif menunjuk pada hubungan sistematis antara suatu respon atau himpunan respon dengan keadaan dorongan tertentu. Dorongan dasar itu bersifat bawaan, hasil dari proses belajar. Ahmadi (2002) motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif manusia merupakan dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Jadi, tingkah laku secara refleks dan yang berlangsung secara otomatis, mempunyai maksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia. Motif-motif itu memberikan tujuan dan arah kepada tingkah laku juga kegiatan-kegiatan yang biasanya dilakukan sehari-hari mempunyai motif, sehingga dengan motif akan menemukan mengapa seseorang berbuat sesuatu.

Menurut Mc Clelland (Hill, 1987) kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan yang pemenuhannya memerlukan hubungan yang hangat dan akrab dengan orang lain. Tampak pada segi hubungan pribadi dan bekerjasama dengan orang lain, serta dicapainya persetujuan atau kesepakatan dengan orang lain. Motif berafiliasi muncul karena secara riil orang mempunyai berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi apabila ingin kehidupannya berjalan terus. Seseorang menyadari bahwa dalam kehidupan sehari-harinya, dirinya menjadi perantara satu dengan yang lainnya untuk mencapai tujuannya

Woodworth dan Marquis (dalam Walgito, 2004) bahwa psikologi mempelajari aktivitas-aktivitas individu, aktivitas disini aktivitas motorik, kognitif, maupun emosional. Perilaku atau aktivitas dalam pengertian yang luas meliputi perilaku yang nampak dan juga perilaku yang tidak nampak.

Motif psikologi adalah dorongan, keinginan, hasrat, dan tenaga penggerak yang berasal dari dalam dirinya untuk melakukan sesuatu. Remaja mempunyai dorongan atau keinginan untuk mencari pertemanan yang dilakukan dengan menggunakan fasilitas internet yang berkembang secara pesat, yaitu *facebook*. Pengguna *facebook* sudah mendunia dan paling banyak diminati oleh semua golongan terutama para remaja. Kegiatan membuka atau menulis akun status menjadi ajang yang sudah umum dikalangan remaja. Sikap seseorang yang selalu menulis akun status timbul dari motif.

Berdasarkan fenomena observasi yang dilakukan peneliti di lapangan delapan dari sepuluh remaja jauh lebih terbuka ketika membagi informasi tentang dirinya lewat *facebook*. Banyak remaja yang selalu menulis akun di *facebook* ditengah kesibukan mereka belajar. Kegiatan ini sering dilakukan dari pagi hingga malam hari. Terkadang mereka mengungkapkan perasaan atau kegiatan sehari-hari dengan menulis akun status *facebook*. Wawancara yang dilakukan peneliti pada seseorang mahasiswi yang merantau, alasan dia membuka dan menulis akun jejaring *facebook* yaitu untuk memberikan kabar berita kepada sanak saudara jauh tentang kegiatan sehari-hari yang dilakukan setiap harinya, apabila dia mengirim sms kepada sanak saudara akan membuat terlalu rumit dan membuat pulsa habis.

Marlina (2009) menurut data statistik yang dilansir *CHeckFB.com* jumlah pengguna *facebook* di Indonesia telah masuk 10 besar. Menurut data dari TeknologiNET, Indonesia berada di posisi ke7 dengan mengalahkan Australia, Spanyol, dan Kolombia. Pengguna *facebook* di Indonesia (16 Juni 2009) berjumlah 5.949.740 user. Hal ini persentase mencapai populasi online, Indonesia mencapai angka 23,8 persen yang berarti 2,8 persen orang adalah merupakan pengguna *facebook*. Sekarang *facebook* telah tersedia dalam lebih dari 40 bahasa dan telah berkembang pesat dengan jumlah pengguna lebih dari 200 juta orang dan ternyata 70% pengguna *facebook* tidak berasal dari Amerika dengan rata-rata setiap pengguna memiliki teman 120 teman. Perkembangan *facebook* memang sangat fenomenal, penggunaan *facebook* setiap hari pada tahun 2007, *facebook* mempunyai anggota sebanyak 50 juta per orang yang aktif, dengan penambahan 1 juta orang baru setiap minggunya. Pengguna *facebook* mencapai 3.300.000 orang, dengan mayoritas berusia 18-24 tahun mencapai 1.300.000 orang, dan usia 25-34 tahun mencapai 1.000.000 orang. Tahun 2008 adalah 1,1 milyar menit dan pada tahun 2009 meningkat sangat tajam seiring banyaknya yang terserang virus *facebook* yaitu 3 milyar menit. Pengguna *facebook* perhari pada tahun 2008 sekitar 4 juta pengguna dan pada tahun 2009 berkembang menjadi 18 juta pengguna dan banyaknya foto yang diupload perbulan mencapai 850 juta foto.

Facebook sangat digemari oleh semua kalangan, baik itu orang dewasa, remaja maupun anak-anakpun terkena demam *facebook*. *Facebook* hadir ditengah kejenuhan orang terhadap identitas maya, hanya menginginkan sebuah interaksi sosial yang sesungguhnya. Kenyamanan bukan berarti bersembunyi tapi lebih diartikan mempercayai. Printika (2009) *facebook* adalah sebuah jaringan pertemanan di dunia maya yang sangat unik, dikatakan salah satu keunikannya kebanyakan jaringan tersebut adalah riil yang artinya nama yang digunakan adalah benar-benar nama sebenarnya. *Facebook* seseorang dapat bertemu kembali teman-teman lama, membangun silaturahmi yang dahulu sempat terputus dan dapat berkomunikasi dengan lancar walaupun berjauhan. *Facebook* juga sebagai media promosi *online* untuk mempermudah seseorang yang ingin mempromosikan barang dagangannya karena pengguna *facebook* yang banyak pula peluang orang dapat melihat barang dagangan tersebut. Selain itu *facebook* juga sebagai tempat diskusi yang tepat. *Comment* yang ditulis seseorang secara bebas, akan direspon oleh orang lain, sehingga disini dapat dijadikan sebagai ajang tukar pikiran yang baik.

Selain dampak positif yang menjadi masalah saat ini adalah dampak negatif dari *facebook* itu sendiri. Salah satu kasus dari dampak *facebook*, seperti pada akhir Januari 2010 disalah satu stasiun televisi swasta, seorang mahasiswa Universitas Gorontalo harus berurusan dengan hukum gara-gara status dalam jejaring sosial *facebook* miliknya memaki-maki polisi. Dampak lainnya dapat membuat orang menjadi ketergantungan. Ketergantungan terhadap *facebook* adalah penggunaan *facebook* secara berlebihan dimana para penggunanya tidak dapat menghentikan dan mengontrol penggunaan *facebook* tersebut sehingga mengakibatkan kerugian bagi diri sendiri dan orang lain. Demam *facebook* terjadi di seluruh dunia. Lebih dari 130 juta pengguna aktif mengaksesnya setiap bulan, dari komputer desktop mereka, *notebook*,

hingga telepon seluler. *Facebook* memberikan penyegaran di tengah kejenuhan pengguna terhadap *Friendster*, situs jejaring sosial yang sudah ada lebih dahulu.

Facebook telah menciptakan ruang publik (*public space*) baru, bahkan lebih jauh dari itu, sebuah lingkungan publik (*public sphere*) baru bagi masyarakat daring. Ruang publik atau lingkungan publik merupakan bagian dari teori demokrasi modern. Ruang publik memberikan kesempatan berpartisipasi yang lebih kepada masyarakat untuk mengekspresikan ide-idenya lebih jauh, dan menghadirkan pola dialektika yang baru. Munculnya masyarakat yang semakin asosial, menjadikan kehadiran *facebook* membantu merajut kembali relasi antar individu yang terputus, akibat dinamika kehidupan yang memaksa masyarakat semakin individualistis. Meski hal tersebut masih dapat diperdebatkan, mengingat kehidupan datang tidak dapat dipersamakan dengan kehidupan riil, namun jujur diakui masyarakat membutuhkan wadah untuk bertemu dan saling berinteraksi. Sebagai contoh salah satu dosen ilmu komunikasi UPN Jogja mengakui bertemu dengan teman SMA nya di *facebook* setelah 21 tahun tidak pernah bertemu. Kebutuhan disini

Facebook juga bisa digunakan untuk mencari uang, misalnya perusahaan-perusahaan melakukannya dengan memasang iklan di situs pertemanan tersebut. Selain perusahaan, kita pun dapat berbisnis di sini tanpa harus melalui iklan di *facebook*, misalnya dengan memajang foto-foto produk yang kita jual dan menyebarkan foto-foto tersebut kepada teman-teman kita.

Dari sekian banyak manfaat dan kesenangan yang didapat dari *facebook*, ternyata *facebook* juga memiliki dampak negatif bahkan menjurus kriminal karena kecanduan *facebook*. Misalnya seorang pria berusia 19 tahun yang tidak disebutkan identitasnya merampas sebuah laptop milik seorang pelanggan kedai kopi Starbucks hanya demi mengecek akun *facebook* miliknya. Ada lagi kasus di london seorang suami tega membunuh istrinya hanya karena sang istri menuliskan status *single* di *facebook*nya. Selain itu *facebook* juga memiliki fasilitas untuk membuat grup atau suatu komunitas. Tidak jarang fasilitas tersebut dimanfaatkan untuk menyudutkan seseorang atau suatu kelompok tertentu.

Setelah melakukan beberapa pengamatan di beberapa tempat ada beberapa orang yang ditemukan sedang melakukan aktivitas bekerja dan kegiatan belajar di suatu ruangan dengan membuka akun jejaring sosial *facebook*, yang menjadikan seseorang tidak bisa berkonsentrasi dan menyebabkan terganggu pekerjaan dan proses belajar yang sedang dilakukan.

Metode Penelitian

Subjek penelitian ini adalah mahasiswa psikologi yang memiliki dan menggunakan akun *facebook* dengan karakteristik sebagai berikut: a). Menggunakan situs ini lebih dari 1 tahun, dengan asumsi bahwa semakin lama menggunakan situs ini maka semakin banyak teman *facebook* mereka; b). Paling aktif dalam mengakses akun *facebook*-nya; c). Mengakses status *facebook* dalam sehari lebih dari 2 kali dalam sehari; d). Berada di usia 18-21; e). Memiliki kemampuan komunikasi verbal yang baik.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan pengumpulan data yang digunakan adalah angket afiliasi pengguna *facebook*, yaitu berupa daftar pernyataan yang harus dipilih

dan diurutkan oleh subyek. Data penelitian yang terkumpul berupa data motif afiliasi subyek penelitian selanjutnya dilakukan analisis deskriptif.

Hasil Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan terhadap data yang telah dikumpulkan dan memberikan hasil sebagai berikut :

Tabel 1. Hasil Analisis Deskriptif (dalam persen)

No	Aspek Afiliasi	%
1.	Berteman	92,26
2.	Mencari informasi	87,29
3.	Bertegur sapa	64,64
4.	Bercaka-cakap dengan orang lain	58,01
5.	Mencari relasi	48,06
6.	Mempertahankan hubungan antar individu	47,51
7.	Empati yang simpatik diwujudkan dalam sikap bersahabat	43,64
8.	Bekerja sama	37
9.	Memiliki keinginan baik	30,9
10.	Membina hubungan yang penuh kepercayaan	26,05
11.	Agar diterima oleh orang lain	16,02
12.	Menghindari konflik	13,08
13.	Untuk mendapatkan perhatian orang lain	12,01
14.	Lain-lain	21,05

Pembahasan

Motif afiliasi mendorong adanya hubungan individu yang satu dengan yang lain dalam kerjasama dan loyalitas (Stacey, 1969 dalam Lindgren, 1980:40). McClelland (dalam Aryana) menyatakan bahwa motif afiliasi mendorong adanya keramahan pada orang lain, upaya penjagaan hubungan baik dengan orang lain dan usaha untuk menyenangkan orang lain. Pencapaian prestasi yang tinggi akan mendorong terjadinya persaingan antar individu yang akan merusak hubungan antar individu.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa sebesar 167 subyek menjawab menggunakan *facebook* untuk berteman, hal ini menunjukkan bahwa subyek memiliki motif afiliasi menggunakan *facebook* untuk menjalin pertemanan dengan pihak lain. Ada sekitar subyek mencari relasi, diterima oleh orang lain, menghindari konflik mendapatkan perhatian orang lain. Prosentase terbesar pada motif berteman saja tanpa kedalaman hubungan. Hal itu nampak dari lebih rendahnya motif afiliasi dengan intensitas hubungan yang lebih kuat seperti motif mempertahankan hubungan antar individu, empati yang simpatik diwujudkan dalam sikap bersahabat, memiliki keinginan baik, dan membina hubungan yang penuh kepercayaan.

Selain berteman motif afiliasi lain yang muncul adalah bertegur sapa dan bercakap-cakap dengan orang lain. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara langsung, tetapi ternyata sekarang banyak individu yang mencari cara lain agar tetap berkomunikasi melalui media, dalam hal ini melalui Facebook.

Motif mencari informasi ternyata juga merupakan motif yang banyak muncul dari individu yang menggunakan akun facebook. Bentuk mencari informasi di sini adalah mencari info iklan, bisnis online, mencari nomor telepon teman, mencari pacar lama dan melihat aktivitas teman.

McClelland (Hill, 1987) kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan yang pemenuhannya memerlukan hubungan yang hangat dan akrab dengan orang lain. Tampak pada segi hubungan pribadi dan bekerjasama dengan orang lain, serta dicapainya persetujuan atau kesepakatan dengan orang lain. Motif berafiliasi muncul karena secara riil orang mempunyai berbagai macam kebutuhan yang harus dipenuhi apabila ingin kehidupannya berjalan terus. Seseorang menyadari bahwa dalam kehidupan sehari-harinya, dirinya menjadi perantara satu dengan yang lainnya untuk mencapai tujuannya. Jika kebutuhan akan afiliasi mendesak, maka orang akan bersikap dan bertindak untuk membentuk orang lain yang menyenangkan dan saling pengertian.

Seseorang berhubungan dengan orang lain akan memunculkan sikap saling memperkokoh, memperkuat sehingga akan saling memberikan kepuasan yang hanya dapat diperoleh melalui hubungan interpersonal. Ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hidyati (2010) bahwa hasil penelitiannya menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan jejaring sosial Facebook dengan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan jejaring sosial facebook dalam menjalin komunikasi interpersonal mahasiswa.

Setiap orang dalam kesehariannya dihadapkan pada sejumlah tawaran. Dari bangun tidur sampai malam hari mau tidur lagi, langsung atau tidak langsung dihadapkan berbagai tawaran yang harus ditanggapi dan diputuskan oleh individu pada saat itu. Tentunya dalam proses pengambilan keputusan itu seseorang didasarkan pada beberapa alasan atau motif tertentu.

Hill (1987) berpendapat munculnya dorongan yang berujud motif itu dipengaruhi oleh beberapa hal: 1). Karakteristik budaya atau kebiasaan yang sudah diyakini kebenaran sehingga motif untuk dipenuhi oleh individu; 2). Intensitas komunikasi antara individu dengan obyek atau orang lain. Semakin intensif dan bermakna dan itu merupakan kebutuhan pokok manusia maka akan dipenuhi; 3). Tingkat kesulitan atau hambatan artinya apabila tingkat kesulitan dan hambatan itu tinggi, maka kemungkinan akan tertundanya pemenuhan motif itu atau bahkan tidak akan dipenuhi; 4). Tingkat urgensi artinya tingkat kepentingan atau mendesak tidaknya motif itu dipenuhi. Semakin mendesak maka motif itu dengan cepat akan dipenuhi; 5). Kemampuan dan ketrampilan yang dimiliki seseorang dalam memenuhi motif itu; 6). Kesempatan atau peluang waktu yang dimiliki seseorang untuk memenuhi motif itu; 7). Konsep diri yang dimiliki seseorang sebagai dasar dalam kehidupan sehari-hari dan pengalaman hidup.

Orang yang mempunyai motif berafiliasi tinggi akan mempunyai dorongan untuk membuat hubungan dengan orang lain, karena berkeinginan untuk disukai. Seseorang mampu untuk memunculkan motif berafiliasinya, akan muncul suatu keseimbangan perilaku pada dirinya untuk mencoba agar disukai orang lain, masing-masing orang akan mencoba untuk menyesuaikan satu dengan yang lain.

Motif afiliasi pada diri seseorang memungkinkan seseorang selalu membutuhkan kehadiran orang lain karena dengan kehadiran orang lain, seseorang dapat melakukan kerja sama dan

membuat kesepakatan dengan orang lain dalam melakukan suatu pekerjaan. Hubungan pribadi dengan orang lain melekat dalam dirinya dan tertanam dalam pribadi yang dimanifestasikan dalam relasinya dengan orang lain (Mc Clelland, 1985).

Simpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat disimpulkan bahwa remaja memiliki dan menggunakan akun *facebook* dengan motif afiliasi terbesar adalah untuk berteman dan mencari informasi yang digunakan untuk memperluas jaringan pertemanannya, sedangkan motif afiliasi terkecil adalah untuk mendapatkan perhatian orang lain. Selain itu ada motif-motif afiliasi lainnya yang muncul berkaitan dengan intensitas hubungan yang lebih kuat seperti motif mempertahankan hubungan antar individu, empati yang simpatik diwujudkan dalam sikap bersahabat, memiliki keinginan baik, dan membina hubungan yang penuh kepercayaan.

Peneliti menyarankan mahasiswa yang memiliki dan menggunakan fasilitas akun *facebook* diharapkan bisa menggunakan fasilitas facebook tersebut sesuai dengan kebutuhan dan bisa memperhatikan manfaat yang diperoleh. Disamping itu diharapkan mahasiswa tidak menghabiskan waktu berlama-lama membuka facebook hanya untuk sekedar bercakap-cakap dengan orang lain (*chating*).

Peneliti lain disarankan melakukan penelitian dengan metode kualitatif yang membuka kemungkinan untuk menggali informasi secara lebih mendalam terhadap subyek, berkaitan dengan motif afiliasinya. Sedangkan bagi peneliti yang masih hendak menerapkan metode kuantitatif maka dapat mengkaitkan variabel motif afiliasi dengan variabel lain yang mempengaruhi seperti karakteristik pribadi, intensitas menggunakan facebook, jenis kelamin, usia, gaya hidup, dan konformitas

Daftar Pustaka

Ahamad, A. 2002. *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.

-----, 2004. *Psikologi Belajar*. Jakarta: Rineka Cipta.

-----, 2003. *Psikologi Umum*. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.

Aryana, A.P. tanpa tahun. Studi korelasi motif afiliasi dan motif berprestasi dengan prestasi akademik pada siswa kelas 2 SMU Pangudi Luhur 'van Lith' Muntilan. *Skripsi*. Madiun : Universitas Widya Mandala.

<http://antonaryana.byethost13.com/artikel/Korelasi%20Ach%20Aff%20PA%20van%20Lith.pdf>

Azwar, S. 2003. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Gerungan. 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung: Refika Aditama.

Hadi, S. 2004. *Statistik*. Jilid Dua. Yogyakarta: ANDI.

- Hidayati, A. 2010. Motivasi dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Facebook (Studi korelasi antara Motivasi, Penggunaan dan Kepuasan Menggunakan Jejaring Sosial Facebook dalam Menjalinkan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS). *Skripsi*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret. <http://digilib.uns.ac.id/upload/dokumen/163152708201011141.pdf>
- Hill, C.A. 1987. "Affiliation Motivation: People who Need People But in Different Ways", *Journal of Personality and Social Psychology*, 52, 5, p.1008-1018.
- Kartono, K. 2003. *Kamus Psikologi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Lindgren, H. C. 1980. *Educational Psychology in the Classroom (6th.ed.)*. New York : Oxford University Press
- Marlina, L. 2009. *Facebook Alat Gaul dan Bisnis Dahsyat Anak Muda*. Yogyakarta: Diva.
- McClelland, D. C. 1985. *Human Motivation*. Illinois : Scott, Foresman & Company.
- Moleong, L. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nawawi, H. 2005. *Metode Penelitian Bidang Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Printika, W. 2009. *Facebook Bisnis*. Yogyakarta: Ebizsoft Community.
- Rakhmat, J. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Santoso, S. 2010. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama
- Sugiono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA.
- Swenson, D. X. 2000. "David McClelland's 3-Need Theory Achievement, Affiliation, Power" dalam www.ccs.edu/users/dswenson/web/LEAD/McClelland.html
- Usman, H. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Walgito, B. 2004. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- , 2003. *Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Wahyudi. *Memadukan Motif Sosial Dalam Kehidupan Sehari-hari*. dalam http://www.usd.ac.id/lembaga/lppm/f113/Jurnal%20Arah%20Reformasi%20Indonesia/no37november2007/Motif%20Sosial_%20Wahyudi.pdf
- Zaena, A. 2009. *Add me on Facebook*. Jakarta: Gagas Media.